

ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ В БІЗНЕСІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Сучасні інформаційні технології дозволяють підвищення та поліпшення ефективності робочого процесу, створення цілісної роботи середовище, що відповідає унікальним потребам співробітників і компанії.

Багатоаспектна проблема управління професійним персоналом в сучасному світі умов не обмежується дослідженням. Для аналізу необхідні подальші дослідження можливості цих елементів у реаліях бізнес-середовища в Україні, що дасть організаціям можливість створити ефективний персонал системи управління та підвищення їх ділової активності. Це питання перспективне для подальших досліджень.

Ключові слова: бізнес, ефективність, комунікації, маркетинг

Abstract

Modern information technologies make it possible to increase and improve the efficiency of the work process, to create an integrated work environment that meets the unique needs of employees and the company. The multifaceted problem of professional personnel management in modern conditions is not limited to the research. Further study is needed to analyze the possibilities of these elements in the realities of the business environment in Ukraine, which will give organizations the opportunity to create an effective personnel management system and increase their business activity. This question is a prospect for further research.

Key words: business, efficiency, communication, marketing

Вступ

Ключем до успіху в бізнесі були, є і будуть працівники. На сьогодні, коли усі системи компаній перенавантажені інформаційними потоками, все важче забезпечити ефективність роботи персоналу, зокрема й через скорочення тривалості затримання його уваги на завданнях та цілях. Відтак перед бізнесом все частіше постає проблема забезпечення засоби в комунікацій, без перебільшення, особливих засобів комунікацій, які б вирішили її. В цьому контексті на перший план виходять інноваційні методи, які можуть бути використані компаніями для полегшення, прискорення та гнучкого комунікування з персоналом.

Розглянемо декілька підходів та інструментів, які можуть бути впроваджені в компаніях з метою поліпшення внутрішніх комунікаційних зв'язків і є реально дієвими, зокрема й через те, що дозволяють проявити креативність за допомогою внутрішніх повідомлень. Оскільки кожен співробітник перенавантажений інформацією в текстовому форматі (електронна пошта, повідомлення, групові чати, соціальні мережі), виникає необхідність активного використання відеоконтенту для передачі інформації.

Канали, за яких інформація може бути стиснутою або доступ до якої може бути отриманий швидше, стають найважливішими методами комунікації. Коли мова заходить про передачу інформації співробітникам, відео - це відмінний інструмент, адже він повністю підпадає під вищезазначені критерії. Для компанії даний інструмент стає не тільки ефективним способом передачі інформації, а й економією часу, який зазвичай витрачається на написання емкого документу.

До того ж, в сучасних умовах пандемії популяризація та надшвидке вдосконалення програм, що дозволяють спілкуватись з працівниками за допомогою відео, полегшують комунікацію всередині компанії. В рамках відеоформату також є місце для творчого підходу і виходу за рамки традиційного спілкування компанії з співробітниками. Одним з видів, який може допомогти в спілкуванні співробітників, є нині популярний формат Q&A (Questions and Answers). Він полягає в тому, що керівнику ставлять питання його підопічні, а він відповідає на них, паралельно дізнаючись про можливі прогалини в комунікаційній системі.

Наступним засобом комунікації є цифрові дошки оголошень. Це надзвичайно ефективний інструмент, який забезпечує передачу інформації з високою ймовірністю, адже значна частка

людей, які отримують робочі повідомлення на мобільні телефони, часто пропускають важливу інформацію через особисті розмови. До того ж, під час роботи співробітники, які перевіряють свої смартфони або комп'ютери, будуть зазнавати труднощів при використанні інших форм комунікації. Більше того, спілкування з співробітниками через цифрові екрани по всьому офісу покладає тягар пасивного споживання контенту.

Екрани, що демонструють певну інформацію, допомагають працівникам мати таке джерело контенту, яке їм не доводиться перевіряти вручну. Ось чому цифрові дошки оголошень як форма внутрішньої комунікації є бажаними в будь-якій компанії. Маркетингові відділи кожного підприємства часто замислюються й про тизерні кампанії в рекламі, що допомагають в вибудовуванні ажіотажу, та змушують людей відгукнутись на повідомлення. Однак дана теорія може бути використана для поширення нових ідей до співробітників, або ж для їх мотивації та створення робочої атмосфери в колективі.

При розробці внутрішньої тизерної кампанії важливо спочатку подумати про усі можливі чутливі моменти. Зміни в компанії можуть спровокувати побоювання реструктуризації і звільнення, тому останнє, що кожне підприємство хоче зробити, це підживлювати дані настрої. Внутрішня тизерна кампанія, як правило, найкраще працює, коли є бажання створити шум навколо чогось захоплюючого, що, як знають співробітники, неодмінно настане в найближчому майбутньому. Наприклад, створення зворотного відліку до запуску нового офісу - це відмінний спосіб, як і комунікації так і мотивації. Також важливим засобом комунікації зверху вниз є перетворення інформації в гру.

У багатьох компаніях інформація про співробітників знаходиться під рукою (або, принаймні, зберігається в системі управління персоналом компанії), але не багато компаній використовують цю інформацію для побудови більш якісної комунікації з працівниками. Прикладом успішного впровадження даного засобу комунікації можуть стати результати гри «Дві істини і одна брехня». Суть даної гри полягає в тому, що один співробітник називає два правдивих факти про себе, та один вигаданий. Завдання команди було вгадати брехню, а результати виставлялись вкінці кожного тижня. У такий спосіб керівник дізнавався більше про свої підлеглих, а також створювалась дружня атмосфера в колективі. Отже покращувалась як вертикальна, так і горизонтальна комунікації. Ще одним дієвим засобом комунікації, який може активно бути використаним сучасними компаніями, полягає у використанні блогу. Зокрема, і як місця для спілкування, а не тільки для повідомлень з завданнями від керівника. У даного блогу є кілька різних характеристик: - співробітники виходять на перший план і володіють своїми ідеями; - він призначений для того, щоб вивести на поверхню ідеї, пов'язані з нею теми і інші матеріали, до яких потенційний читач має легкий доступ; - наявність відкритої розмови.

Незважаючи на те, що велика частина даного блогу спрямована на споживача, він також повідомляє співробітникам про довіру компанії до них, адже вони мають змогу писати контент, який відображає ситуацію в компанії в цілому. Це дає відчуття власності і допомагає співробітникам відчувати, що у них є сильні позиції в управлінні підприємством.

Отже, використання вищезазначених засобів комунікації - це гарне нагадування та свідчення того, що спілкування зі співробітниками часто не пов'язане з відправкою електронного листа або написанням повідомлення. Усі ці засоби спрямовані не лише на безперебійну передачу інформації, а й слугують потужним мотиватором для персоналу та допомагають створити дружню та, водночас, робочу атмосферу в колективі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Five reasons why your business should use a Q&A-function during a due diligence / admincontrol.com / Jarnesten E., URL: <https://admincontrol.com/fivereasons-business-use-qa-function-due-diligence/>

2. 20 Ways to Communicate Effectively With Your Team / SmallBizTrends.com / Belonwu V., URL: <https://smallbiztrends.com/2013/11/20-ways-to-communicateeffectively-in-the-workplace.html>

Ізаківська Наталя – студентка групи 2ІСТ-20б, факультет інтелектуальних інформаційних технологій та автоматизації, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nataffkaizh@gmail.com

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** – професор, завідувач кафедри суспільно політичних наук, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kornienko@vntu.edu.ua

Izhakovskaya Natalia – student of group 2IST-20b, Faculty of Intelligent Information Technologies and Automation, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: nataffkaizh@gmail.com

Scientific adviser: **Kornienko Valeriy** – Professor, Head of the Department of Social and Political Sciences, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: kornienko@vntu.edu.ua